



## *E-mail Marketing x SPAM*

*Rio Info 2005*

*Murilo Gun*



PORTODIGITAL



## Posicionamento

- ▶ Usuários: tempo, banda, armazenamento, compra de softwares anti-spam, fraudes (phising, scam)
- ▶ Empresas: tempo, banda, armazenamento, compra de softwares anti-spam
- ▶ Provedores (ISPs): tempo, banda, armazenamento, compra de softwares anti-spam, reclamações, perda de clientes, contas não pagas por spammers
- ▶ Backbones: tempo, banda, reclamações
- ▶ Empresas de e-mail marketing: entregabilidade (atrasos na entrega, mensagens bloqueadas, mensagens filtradas)

## Definição de Conceitos

E-mail Marketing	SPAM
Estratégia de marketing através do e-mail que prioriza o respeito e o relacionamento com o usuário, através de informações obtidas com <u>consentimento</u> .	Método de divulgação através do e-mail que desrespeita o usuário enviando mensagens não solicitadas, através de informações obtidas sem <u>consentimento</u> .
É baseado no relacionamento e respeita as preferências pessoais do usuário	Não respeita as preferências pessoais do usuário.
Tem um documento legal para estipular as regras do relacionamento (Política de Privacidade dos Dados)	É anti-ético e, em alguns casos, ilegal, sendo até passível de punição penal.
Transforma estranhos em amigos e amigos em clientes	Transformar estranhos em inimigos

## Definição de Conceitos

Copyright 2004 by Randy Glasbergen.  
www.glasbergen.com



**“Today I bought everything the spammers offered to sell me. *I thought that would make them stop!*”**

## Consentimento

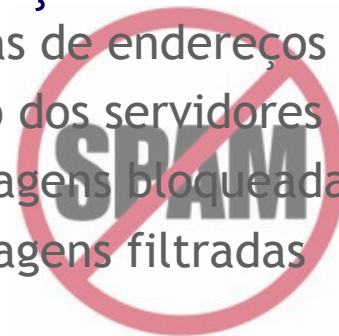
<b>CAN-SPAM</b>	<b>Marketing de Permissão</b>	<b>Brasil Anti-Spam</b>
Legislação norte americana	Best-seller escrito por Seth Godin	Comitê que reúne várias associações
Baseada no opt-out	Baseado no opt-in e opt-out	Baseado no opt-in e opt-out
Sem consentimento (inicialmente)	Com consentimento explícito	Com consentimento explícito e implícito
<a href="http://www.ftc.gov/spam">www.ftc.gov/spam</a>	<a href="http://www.sethgodin.com">www.sethgodin.com</a>	<a href="http://brasilantispam.org.br">brasilantispam.org.br</a>

## Consentimento

- ▶ **Consentimento explícito**
  - ▶ **Prévia e comprovada autorização do Destinatário (opt-in)**
  
- ▶ **Consentimento implícito (subjetividade)**
  - ▶ **Prévia e comprovada relação pessoal ou profissional entre o Remetente e o Destinatário;**
  - ▶ **Remetido por qualquer Entidade legalmente constituída, exclusivamente aos respectivos membros e ou associados;**
  - ▶ **Remetida pelos Provedores de Acesso ou Conteúdo a seus usuários com a finalidade de transmissão de quaisquer avisos que digam respeito à prestação de serviços que constitui o objeto da relação comercial entre uns e outros;**

# Análise SWOT

		INTERNO			
P O S I T I V O	<b>Forças</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Rápido e prático</li> <li>-Interativo</li> <li>-Econômico</li> <li>-Mensurável e “traqueável”</li> <li>-Personalizado</li> </ul>	<b>Fraquezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Usuários saturados de e-mails</li> <li>-Requisitos técnicos</li> <li>-Falta de padronização</li> <li>-Falta de ética</li> </ul>	N E G A T I V O
	<b>Oportunidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Integração de mídias</li> <li>-Mkt Boca a Boca (Viral)</li> <li>-Crescimento dos usuários</li> </ul>	<b>Ameaças</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Trocas de endereços de e-mails</li> <li>-Custo dos servidores</li> <li>-Mensagens bloqueadas</li> <li>-Mensagens filtradas</li> </ul>	
		EXTERNO			



## Entregabilidade

- Filtros bayesianos
- Falsos Negativos: spams que são considerados como mensagens legítimas
- Falsos Positivos: mensagens legítimas que são considerados como spam

**Em 2004, nos EUA, 22% dos e-mails comerciais legítimos não conseguiram alcançar seus destinatários (Fonte: ReturnPath)**

## Desafio

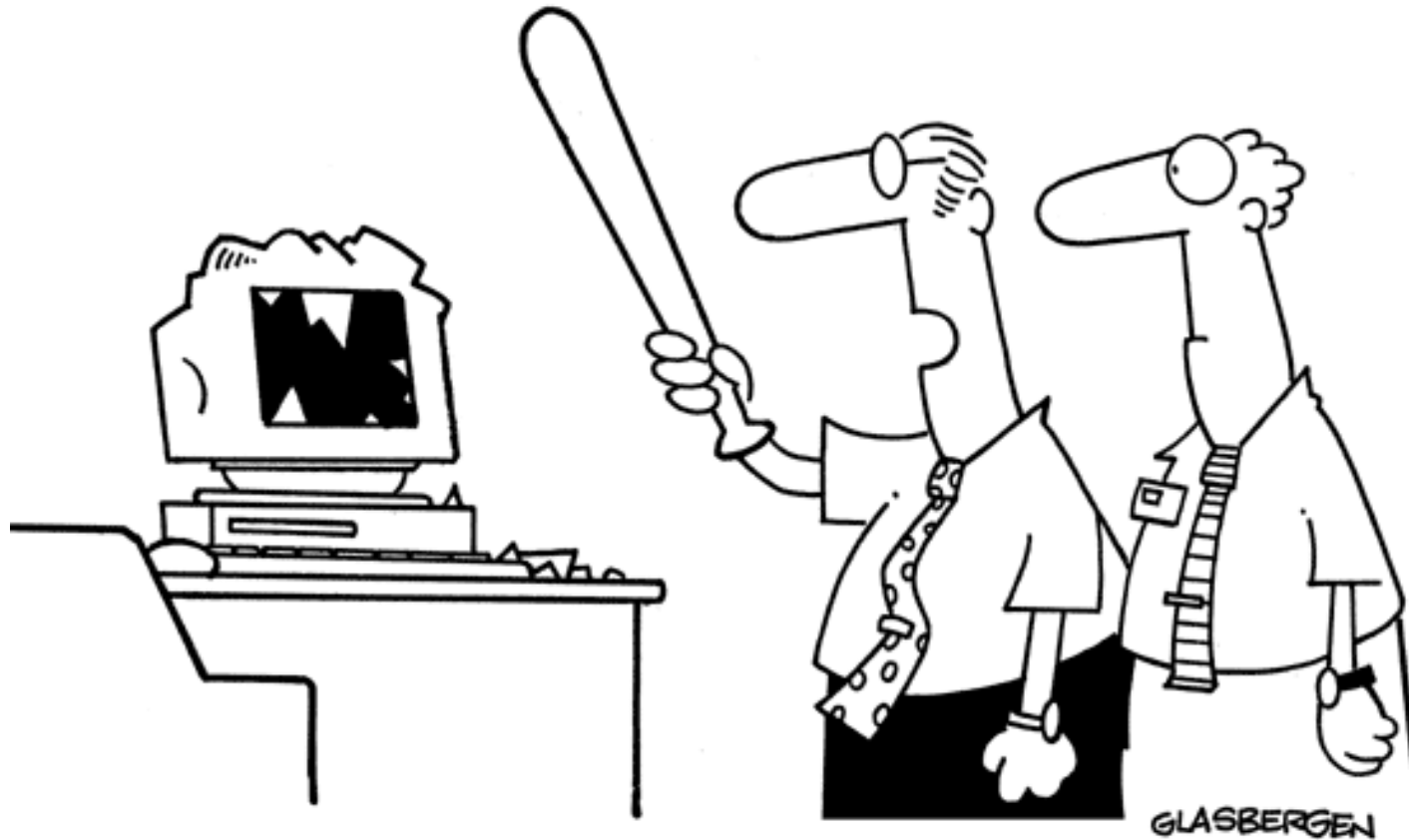
Copyright 2003 by Randy Glasbergen.  
[www.glasbergen.com](http://www.glasbergen.com)



**“I found a solution to your spam problem.  
I’ve set up your e-mail to automatically  
delete any message with a vowel in it.”**

## Desafio

Copyright 2003 by Randy Glasbergen.  
[www.glasbergen.com](http://www.glasbergen.com)



**“It’s not the most sophisticated Spam blocker  
I’ve tried, but it’s the only one that works!”**

## Desafio

- Desafio:

**Recuperar a confiança no e-mail como  
ferramenta de comunicação**

- Palavra-chave:

**Cooperação**

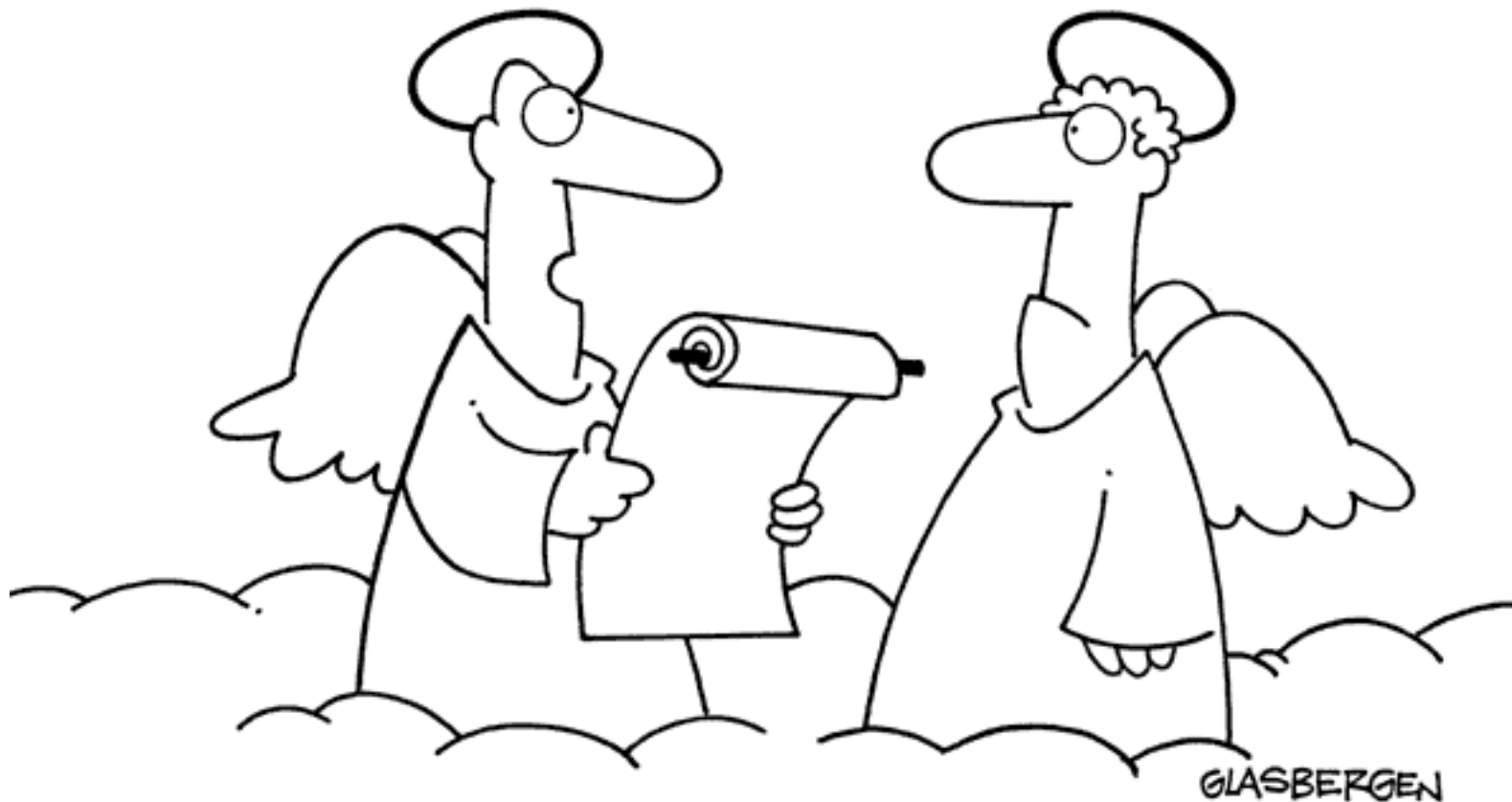
## Melhores Práticas

- ▶ 1) Cadastramento
- ▶ 2) Mensagens
- ▶ 3) Envio e Acompanhamento
- ▶ 4) Manutenção e Gerenciamento

**“Melhores Práticas em E-mail Marketing”**  
**Download em <http://www.relazione.com.br>**

## Posicionamento

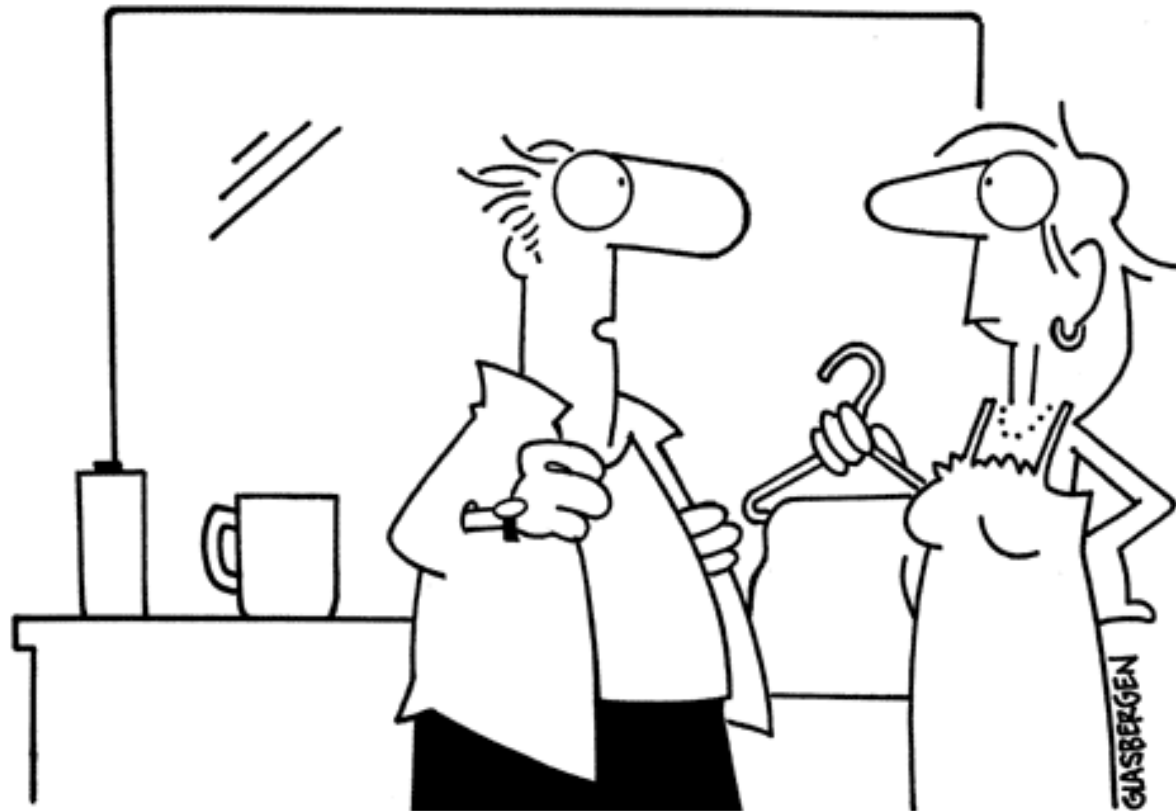
Copyright 2002 by Randy Glasbergen.  
www.glasbergen.com



**“...and you spent 5.73 years of your life  
deleting spam from your e-mail.”**

## Posicionamento

Copyright 2003 by Randy Glasbergen. [www.glasbergen.com](http://www.glasbergen.com)



**“I get to the office around 8:45, pour myself a cup of coffee, turn on my computer, delete all the spam, and then it’s time to go home.”**

## 1) Cadastramento

- ▶ Orientar para adicionar o domínio na lista de permissão
- ▶ Incluir campo para confirmação (redigitação) do e-mail
- ▶ Incluir campo “E-mail secundário” para utilizar caso o e-mail principal torne-se inválido
- ▶ Enviar mensagem de boas-vindas após o cadastro com link para confirmação do cadastro (double opt-in)
- ▶ Opção para descadastrar (opt-out) no mesmo local do cadastro
- ▶ Não deixar checkboxes marcados como default (padrão)
- ▶ Informar o que o estará recebendo e qual será a periodicidade
- ▶ Link para a política de privacidade dos dados
- ▶ Opção para escolha do formato (HTML ou Texto)
- ▶ Cuidado com importação de bancos de dados

## 2) Mensagens

- ▶ Opção para cancelar assinatura (opt-out)
- ▶ Remetente identificando o responsável pela mensagem
- ▶ Assunto identificando o conteúdo da mensagem
- ▶ Evitar uso de palavras bloqueadas (spam-trap words)
- ▶ Código HTML de acordo com as regras do W3C
- ▶ Versão texto da mensagem
- ▶ Não enviar arquivos anexados
- ▶ Armazenar as imagens em um servidor externo
- ▶ Relembre o usuário do pelo qual ele está recebendo
- ▶ Link para a política de privacidade dos dados
- ▶ Endereço físico da empresa responsável pela mensagem
- ▶ Assinatura da empresa responsável pelo envio

### 3) Gerenciamento

- ▶ Processamento automático e imediato das solicitações de descadastramento
- ▶ Armazenar as solicitações de descadastramento
- ▶ Eliminar *hard bounces* após 3 tentativas sem sucesso
- ▶ Eliminar *soft bounces* após 5 tentativas sem sucesso
- ▶ Enviar mensagem de boas-vindas após o cadastro e monitorar o seu retorno para eliminar erros desde já
- ▶ Confirmação manual das mensagens automáticas dos Anti-Spams (challenge questions) para inclusão na lista de permissão
- ▶ Validação de sintaxe do endereço de e-mail
- ▶ Correção automática de erros comuns de digitação



**Murilo Gun**  
***[murilogun@cartello-w3.com.br](mailto:murilogun@cartello-w3.com.br)***  
***(81) 9182.4080***



**PORTODIGITAL**

